

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam berwisata, seseorang tentu akan mendapatkan pengalaman ketika menghabiskan waktunya di suatu destinasi wisata. Wisatawan mengevaluasi pengalaman ketika berbelanja dan produk atau layanan, dan membandingkan aspek-aspek ini dengan harapan awal mereka. Kepuasan adalah konsekuensi dari “*post-purchase experience*” yang sama atau melebihi harapan pra-pembelian wisatawan (Vega-Vázquez, Castellanos-Verdugo, & Oviedo, 2015). Hasil penelitian Suhartanto (2016) menunjukkan ada hubungan antara kepuasan wisatawan dan kepuasan berbelanja cinderamata. Jika wisatawan sudah merasa puas, maka akan menimbulkan persepsi terkait keinginan wisatawan merekomendasikan dan atau mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut di masa depan (*behavioral intention*) (Suhartanto, 2016).

Menurut Swanson & Timothy (2012) cinderamata adalah salah satu faktor yang menentukan kepuasan wisatawan ketika berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Karena selain pengalaman, cinderamata merupakan sebuah kenangan yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan. Menurut Timothy (2005) dalam bukunya mengatakan, kegiatan yang paling sering dilakukan adalah berbelanja yang tentu saja menguntukan dalam berbagai faktor seperti ekonomi dan pariwisata. Wisatawan lebih banyak menghabiskan uangnya untuk berbelanja dibandingkan makanan dan hiburan (Wong & Wan, 2013).

Cinderamata berfungsi sebagai kenangan dan pengingat perjalanan wisatawan. Awalnya kerajinan dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau untuk acara adat. Dengan munculnya pariwisata, perubahan terjadi pada fungsi dan bentuk karya seni dan pengrajin mulai mengubah kerajinan mereka

sebagian besar berdasarkan harapan wisatawan tentang apa yang seharusnya menjadi cinderamata (Torabian & Susan, 2013).

Wisata belanja merupakan hal yang penting dalam ekonomi lokal, hal ini merupakan komponen penting dari industri pariwisata (Swanson & Horridge, 2002). “*Sapta Pesona*” merupakan suatu tindakan yang harus diterapkan dengan tujuan menarik wisatawan untuk berkunjung. Wisata belanja sendiri masuk kedalam unsur “kenangan” yang merupakan salah satu unsur dari *Sapta Pesona*. Wisata belanja merupakan “kenangan” dalam bentuk nyata (*tangible*), sedangkan pengalaman yang dirasakan wisatawan adalah “kenangan” dalam bentuk tidak nyata (*intangible*). Pada intinya, cinderamata adalah produk nyata (*tangible*) yang memenuhi gambaran dari pengalaman perjalanan wisata (Yu & Littrell, 2005).

Perilaku untuk berbelanja, dalam masyarakat modern, sudah bukan lagi menjadi kegiatan untuk memenuhi kebutuhan individu sehari-hari, karena sekarang berbelanja sudah menjadi kegiatan rekreasi. Atribut dari berbelanja sudah mendapatkan banyak perhatian untuk diteliti, sudah banyak juga yang meneliti tentang kepuasan wisatawan (Suhartanto, 2016), tetapi masih minim penelitian yang meneliti kaitan atau hubungan antara kepuasan wisatawan dalam menciptakan niat perilaku para wisatawan dalam konteks cinderamata (Oviedo-García, Vega-Vázquez, Verdugo, & Reyes-Guizar, 2016). Perilaku wisatawan dalam membeli cinderamata patut dianalisis secara khusus karena cara dan makna perilaku pembelian wisatawan dapat sangat bervariasi dari pola pembelian normal di mana wisatawan tinggal (Hu & Yu, 2007).

Setelah dilakukan pra-penelitian, kebanyakan wisatawan menyayangkan bahwa minimnya penjual cinderamata di Tanjungpinang, sehingga menyebabkan minimnya variasi cinderamata. Tanjungpinang, ibukota provinsi Kepulauan Riau memiliki salah satu cinderamata khas yaitu Batik Lawana yang merupakan cinderamata unggulan. Lawana merupakan bahasa melayu yang merupakan bahasa daerah Tanjungpinang yang artinya “cantik sekali”. Batik Lawana

bercorakan motif gonggong yang merupakan siput khas Kota Tanjungpinang, sehingga masyarakat lebih mengenalnya dengan Batik Gonggong. Batik Lawana juga menggabungkan motif khas maritim dengan motif melayu, seperti motif pucuk rebung (Karyani, 2010). Hal ini dikarenakan Tanjungpinang memiliki potensi wisata sebagian besar berbasis maritim seperti pantai dan ada juga potensi wisata berbasis sejarah budaya seperti pulau Penyengat yang dahulunya adalah pusat pemerintahan Kesultanan Riau-Lingga dan merupakan asal muasal dari Bahasa Indonesia yaitu Bahasa Melayu. Batik Lawana juga memiliki warna-warna terang sesuai dengan ciri khas masyarakat maritim. Tanjungpinang juga menjadi salah satu destinasi favorit wisatawan baik mancanegara ataupun nusantara.

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Nusantara Kota Tanjungpinang tahun 2015-2017

Tahun	Jumlah
2015	52.589
2016	66.108
2017	75.555

Sumber : Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Tanjungpinang Tahun 2017

Dapat dilihat dari tabel 1.1, jumlah kunjungan wisatawan nusantara meningkat sejalan dengan ditetapkannya Tanjungpinang sebagai ibukota Provinsi Kepulauan Riau. Pemerintah mulai melakukan pengembangan di berbagai aspek salah satunya adalah bidang budaya dan pariwisata. Salah satu destinasi favorit wisatawan adalah Pantai Trikora yang merupakan pantai terpanjang di Pulau Bintan.

Tanjungpinang memiliki potensi wisata yang cukup besar dikarenakan aspek budaya, alam, maupun letak secara geografis. Masih minimnya usaha cinderamata di Tanjungpinang juga menjadi salah satu aspek yang harus diperhatikan dikarenakan terdapat tiga faktor utama pendorong yang paling

berperan penting yang merupakan faktor utama dalam wisata diantaranya (1) *The Merchandise*, (2) *The Destination*, (3) *Price Advantages* (Timothy, 2005).

Minimnya usaha cinderamata menyebabkan kurangnya variasi cinderamata di Kota Tanjungpinang. Oviedo-García, et.al (2016) dalam penelitiannya mengatakan bahwa salah satu indikator yang memperngaruhi kepuasan wisatawan dalam berbelanja adalah *Internal Attraction* dimana jumlah variasi cinderamata yang ditawarkan menjadi salah satu bahan ukur. Menurut Li & Cai (2008), salah satu faktor kepuasan wisatawan dalam berbelanja yaitu adalah lokasi. Hal ini penting untuk diteliti karena menurut Choi & Heo, 2016), jika wisatawan puas dengan produk yang mereka beli atau dapatkan, mereka akan menjadi pelanggan yang *loyal*. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEPUASAN BERBELANJA WISATAWAN TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI PUSAT CINDERAMATA“**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan berbelanja wisatawan di pusat cinderamata Pantai Trikora Kota Tanjungpinang?
2. Bagaimana tingkat *behavioral intentions* wisatawan di pusat cinderamata Pantai Trikora Kota Tanjungpinang?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan berbelanja terhadap *behavioral intentions* wisatawan di pusat cinderamata Pantai Trikora Kota Tanjungpinang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis mengenai kepuasan berbelanja wisatawan di pusat cinderamata Pantai Trikora Kota Tanjungpinang.
2. Untuk menganalisis mengenai *behavioral intentions* wisatawan di pusat cinderamata Pantai Trikora Kota Tanjungpinang.
3. Untuk menganalisis mengenai pengaruh kepuasan berbelanja terhadap *behavioral intentions* wisatawan di pusat cinderamata Pantai Trikora Kota Tanjungpinang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Diharapkan dengan diketahuinya tingkatan dari kepuasan berbelanja para wisatawan, penulis maupun pengelola dapat menganalisis dimensi yang membentuk kepuasan dari wisatawan.
2. Diharapkan dengan diketahuinya tingkatan dari *behavioral intentions*, baik penulis maupun pengelola dapat menganalisis dimensi yang dapat membentuk niat perilaku dari para wisatawan.
3. Diharapkan setelah diketahuinya pengaruh dari kepuasan berbelanja wisatawan terhadap *behavioral intentions* dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai masukan untuk mengembangkan daya tarik wisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Urutan penulisan dalam penelitian ini meliputi:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisikan tentang kajian teori yang berfungsi sebagai landasan teoritis, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, desain penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, pengembangan instrument penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian yang dilakukan serta ditemukan oleh peneliti selama melakukan penelitian di lapangan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN